



DOSLJEDNOST SAMOPREDSTAVLJANJA POJMU PRIVATNOGA SEBE

Josip BURUŠIĆ

Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb

UDK: 159.923.2

Izvorni znanstveni rad

Primljeno: 10. 3. 2000.

U radu se u dvije studije pokušava utvrditi u kojoj je mjeri samopredstavljanje ljudi dosljedno privatnom pojmu koji imaju o sebi, jer rezultati nekih dosadašnjih istraživanja samopredstavljanja ne pružaju jednoznačne odgovore na to pitanje. U prvoj studiji 139 ispitanika procjenjuje pojam privatnoga sebe i način predstavljanja sebe na većem broju pridjeva različite socijalne poželjnosti u potpuno anonimnim uvjetima. U drugoj studiji 145 ispitanika procjenjuje pojam privatnoga sebe u anonimnim uvjetima, a način predstavljanja sebe procjenjuje potpisujući se na protokol i dobivši uputu u kojoj se najavljuje skupnu raspravu o tim procjenama. Tom se studijom želi vidjeti hoće li unošenje varijable javnosti rada, operacionalizirane preko zahtjeva za potpisivanjem i najavom skupne rasprave, utjecati na procjene načina predstavljanja sebe. Dobiveni rezultati pokazuju da se javljaju statistički značajne razlike u procjenama te da je pripisivanje pojedinih osobina kao karakterističnijih pojmu o sebi, a drugih kao karakterističnijih načinu predstavljanja sebe, ovisno o socijalnoj poželjnosti osobina. Rezultati pokazuju da se ne javljaju statistički značajne razlike između rezultata u prvoj i drugoj studiji, a najavljeno postojanje skupne rasprave rezultiralo je samo smanjivanjem pripisivanja visokopoželjnih osobina kao karakterističnijih za način predstavljanja sebe. Rezultati provedenih istraživanja pokazuju da je moguće utvrditi pojedine pristupe u procjenjivanju pojma privatnoga sebe i načina predstavljanja sebe te da je moguće utvrditi četiri stila samopredstavljanja koji se u najvećoj mjeri međusobno razlikuju u načinu predstavljanja sebe, a u manjoj mjeri u procjenama pojma koji imaju o sebi.



Josip Burušić, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar,
Marulićev trg 19/1, 10000 Zagreb, Hrvatska.
E-mail: Josip.Burušić@ipdi.hr

UVOD

U većini se današnjih istraživanja samopredstavljanja nastoji naglasiti činjenica kako je to takav oblik ponašanja koji služi za prenošenja određenih informacija o sebi drugima, pa se samopredstavljanje često definira kao "ponašanje koje je usmjereno na stvaranje određenih dojmova o sebi" (Jones i Pittman, 1982.), kao "proces predstavljanja drugima određenog izgleda o sebi" (Baumeister, 1982.), kao "proces kojim nastojimo drugima predstavljati sebe kao neki tip osobe" (Schlenker i Weigold, 1992.) ili na neki sličan način (Baumeister, 1982.; Schlenker, 1980.; Tedeschi, 1981.).

Do danas provedena istraživanja dala su većinom rezultate koji su, u pravilu, vodili zaključku kako je samopredstavljanje važna sastavnica socijalne interakcije, pa su istraživanja samopredstavljanja time u suvremenoj psihologiji zauzela važno mjesto. Istodobno s pojavom i rastom broja istraživanja samopredstavljanja počela su se pojavljivati i osporavanja – i osporavanja samopredstavljanja kao samostalnog procesa i fenomena (Buss i Briggs, 1984.; Tetlock i Manstead, 1985.) i pojedinih specifičnih rezultata i spoznaja do kojih se istraživanjem samopredstavljanja došlo.

Dio se kritika istraživanjima samopredstavljanja upućivao i iz razloga što je, po mišljenju nekih autora, priznavanje samopredstavljanja kao samostalnoga socijalnog fenomena nužno značilo *apriorno* priznavanje u ljudi postojanja želje i namjere "da se predstavljaju drukčije nego što se sami vide" (Buss i Briggs, 1984., str. 1322.). Drugim riječima, postojanje samopredstavljanja u socijalnom životu ljudi znači da ljudi svjesno i sustavno nastoje predstaviti drukčiju sliku o sebi od one koju sami imaju o sebi te nastoje predstavljati drugima kao karakteristične za sebe osobine za koje oni osobno (privatno) misle i procjenjuju da ih ne posjeduju ili ne posjeduju u željenoj mjeri.

I iako se u većini teorija samopredstavljanja može naći kako je samopredstavljanje ljudi dosljedno pojmu koji imaju o sebi, rezultati nekih provedenih istraživanja nisu pružili jednoznačne odgovore na to pitanje te su pokazali da postoji značajno variranje u stupnju ostvarene dosljednosti (Jones, 1973.; Schlenker, 1975.) i da se mogu pronaći različite skupine, vezano uz dosljednost u samopredstavljanju (Olson i Johnson, 1991.).

Stoga se ovim istraživanjem željelo detaljnije ispitati u kojoj se mjeri ljudi nastoje predstaviti drugima dosljedno nekom privatnom pojmu o sebi. Budući da ljudi uobičajeno prilagođavaju svoja samopredstavljanja ovisno o publici kojoj se trebaju samopredstavljati (Baumeister i Jones, 1978.; Schlenker i Leary, 1982.), željelo se uvođenjem manipulacije, vezano uz pretpostavljeno postojanje, odnosno nepostojanje publi-

STUDIJA 1

Metoda

ke, u većoj mjeri razmotriti u kojoj se mjeri ispitanici nastoje dosljedno samopredstavljati pojmu o sebi u situaciji kad očekuju neki oblik interpersonalne evaluacije. Osim toga, ovim se istraživanjem želi vidjeti je li moguće utvrditi neke individualne razlike u pristupima samopredstavljanju.

Ispitanici

U istraživanju je sudjelovalo 139 ispitanika, od toga 24 muška i 115 ženskih, studenata svih godina studija psihologije u Rijeci te studenti treće godine Odsjeka za psihologiju Filozofskoga fakulteta u Zagrebu.

Instrumentarij

Za procjenu pojma privatnoga sebe i načina predstavljanja sebe upotrijebljena je Lista pridjeva koja sadrži 45 pridjeva različite socijalne poželjnosti, a nastala je specifično za potrebe ovoga istraživanja. Radi formiranja Liste pridjeva provedena su dva predistraživanja pomoću kojih se došlo do konačnoga oblika Liste.¹ Lista pridjeva sadrži tri skupine pridjeva koje se razlikuju s obzirom na stupanj socijalne poželjnosti, i to: 1) Pridjevi niske socijalne poželjnosti ("dvoličan", "štetan", "okrutan" itd.); 2) Pridjevi prosječne socijalne poželjnosti ("miran", "običan" itd.) te 3) Pridjevi visoke socijalne poželjnosti ("inteligentan", "pošten" itd.). U pojedinoj se skupini nalazi po 15 pridjeva. Kao format za procjenu uz svaki je pridjev pridružena skala sa sedam uporišnih točaka (1 – "izrazito nekarakteristično za mene" do 7 – "izrazito karakteristično za mene").

Postupak

Ovo je ispitivanje izvedeno u okviru širega istraživanja, a prikupljanje podataka je obavljeno za vrijeme vježba, po pojedinim godinama studija. Ispitivanje je provedeno metodom skupne primjene, u skupinama od 20 do 35 ispitanika, i u cijelosti je bilo anonimno. Svaki je ispitanik dobio skup od desetak instrumenata, a u općoj je uputi ispitanicima rečeno kako je cjelokupno istraživanje vezano uz hrvatsku adaptaciju i validaciju nekoliko mjernih instrumenata te im je posebice naglašena anonimnost njihova rada i odgovora. Nakon opće upute, u svakom je skupu prva po redu bila Lista pridjeva za procjenu pojma privatnoga sebe. Započinjala je uputom u kojoj se od ispitanika tražilo da na skalama koje su pridružene uz svaki pridjev procijene koliko je navedeni pridjev, u njihovoj osobnoj slici o sebi, karakterističan za njih. Uz to, dodatno je pojašnjeno i naglašeno da procjenjuju koliko je nave-

deni pridjev karakterističan za njih u sadašnjosti, a da ne uzimaju u obzir kakvim su se možda nekad prije vidjeli ili kakvim se možda žele vidjeti u budućnosti te da procijene kakvim sami sebe vide, a ne kakvim možda žele da ih vide drugi ili pretpostavljaju da ih drugi vide.

Nakon Liste pridjeva za procjenu pojma privatnoga sebe, u skupu instrumentarija bilo je desetak skala procjena, a na kraju skupa nalazila se Lista pridjeva za procjenu načina predstavljanja sebe. Ona je započinjala uputom u kojoj se od ispitanika tražilo da na skalama koje su pridružene uz svaki pridjev procijene koliko je navedeni pridjev karakterističan za njihov sadašnji uobičajeni način predstavljanja sebe, tj. da procijene kakvim se uobičajeno nastoje predstaviti drugima.

I za procjenu pojma privatnoga sebe i za procjenu načina predstavljanja sebe rabljena je ista Lista pridjeva, s tim da je u ove dvije procjene redoslijed pojavljivanja pridjeva bio različit, a variran je i redoslijed pojavljivanja pridjeva različite socijalne poželjnosti.

Rezultati

● TABLICA 1
Aritmetičke sredine i
standardne devijacije
za procjene pojma
privatnoga sebe i
načina predstavljanja
sebe po osobinama
različite socijalne
poželjnosti (N=135)

U obradi rezultata nisu posebno obrađeni rezultati prema spolu ispitanika zbog nejednake zastupljenosti muških i ženskih ispitanika. Zbog nedostajućih i/ili nepotpunih podataka, iz analize su izbačeni rezultati četiri ispitanika.

Kako bi se vidjelo postoje li razlike između procjena pojma privatnoga sebe i načina predstavljanja sebe te ovise li te procjene o socijalnoj poželjnosti osobina sadržanih u pridjevima, rezultati su prikazani kao prosječne procjene u šest kategorija i mogu se vidjeti u tablici 1.

	Niska poželjnost		Prosječna poželjnost		Visoka poželjnost	
	M	Sd	M	Sd	M	Sd
Pojam privatnoga sebe	2.2	.81	4.2	.37	5.6	.58
Način predstavljanja sebe	1.9	.79	4.0	.47	5.8	.54

Statistička značajnost razlika u navedenim prosječnim procjenama testirana je dvosmjernom analizom varijance, 2x3 na crt unutar ispitanika u kojem samoprocjena sebe (pojam privatnoga sebe – način predstavljanja sebe) predstavlja prvu nezavisnu varijablu, a socijalna poželjnost pridjeva (niska, prosječna, visoka) drugu nezavisnu varijablu. Dobiveni rezultati analize varijance pokazuju da ispitanici procjenjuju način na koji se uobičajeno nastoje predstaviti drugima statistički značajno različito od načina na koji privatno vide sebe $F(1,134)=29.98$, $p<.001$. Osobine sadržane u pridjevima različitih razina socijalne poželjnosti ispitanici procjenjuju također statistički značajno različito, $F(2,268)=1251.40$, $p<.001$. Rezultati o interakcij-

skom efektu samoprocjene sebe i socijalne poželjnosti pokazuju da se javlja i statistički značajna interakcija, $F(2,268)=34.27$, $p<.001$, pri čemu ispitanici nastoje predstaviti drugima osobine niske socijalne poželjnosti kao manje karakteristične za sebe a osobine visoke socijalne poželjnosti kao više karakteristične za sebe od procijenjenog stupnja prisutnosti tih osobina u pojmu privatnoga sebe.

Iz dobivenih rezultata i testiranja vidljivo je da ispitanici nastoje drugima predstaviti sebe na način različit od načina na koji privatno vide sebe te, što je vrlo važno, da je njihov način samopredstavljanja u znatnoj mjeri socijalno poželjan. Drugim riječima, ispitanici u svojim uobičajenim samopredstavljanjima nastoje pripisivati sebi osobine različite od osobina za koje vjeruju (i procjenjuju) da ih imaju.

Ovakvi rezultati, u kojima ispitanici izjavljuju postojanje nesuglasja u poimanju i samopredstavljanju sebe, dobiveni su u situaciji u kojoj je anonimnost ispitanika postupkom i načinom istraživanja osigurana. Uzimajući u obzir rezultate nekih ranijih istraživanja o samopredstavljanju (Jones, 1973.; Schlenker, 1975.; Baumeister i Jones, 1978.; Schlenker i Leary, 1982.) u kojima se razmatrala uloga i važnost postojanja dosljednosti, odnosno nedosljednosti na jednoj strani, te ljudska potreba stalnog "uljepšavanja" sebe u svakodnevnom samopredstavljanjima, važno je vidjeti hoće li se način procjenjivanja, prisutan u ovom istraživanju, tako manifestno pokazati i u nešto drukčijoj istraživačkoj situaciji – u situaciji u kojoj su u istraživački nacrt unesene neke dodatne, po dostupnim spoznajama o procesu samopredstavljanja prilično relevantne, varijable.

Iz tih smo razloga proveli sljedeće istraživanje koje se razlikovalo u onom dijelu u kojem ispitanici trebaju procijeniti uobičajeni način predstavljanja sebe. U ispitanika se nastojalo, uputom i postavljenim zahtjevom da na protokol napiše ime i prezime, stvoriti što veće uvjerenje da će rezultati svakoga pojedinog ispitanika o njihovu uobičajenom načinu predstavljanja sebe biti poznati te će biti podijeljeni svim članovima skupine i raspravljani tijekom skupne rasprave koja će, kako je u uputi višekratno naglašeno, predstavljati sljedeću fazu istraživanja.

U takvoj situaciji, kada se pred ispitanike ne postavlja sa strane zahtjev za dosljednošću vlastitih procjena – jer su procjena pojma privatnoga sebe i procjena načina predstavljanja sebe jasno odvojivi dijelovi istraživanja – te se u prvi plan stavlja očekivana skupna rasprava i evaluacija od drugih, važno je vidjeti hoće li doći do razlika u procjenama viđenja sebe i uobičajenoga načina predstavljanja sebe.

Imamo li u vidu dostupne rezultate iz istraživanja nekih aspekata samopredstavljanja, prilično je opravdano očekivati

STUDIJA 2

Metoda

da će ispitanici pri procjenjivanju načina predstavljanja sebe uzeti u obzir i osobnu procjenu mogu li na taj način iskazano samopredstavljanje u skupnoj raspravi "bez posljedica za sebe" i obraniti, jer se članovi skupine "pred kojom će ispitanik raspravljati" sigurno mogu smatrati "značajnim drugima".

Ispitanici

U istraživanju je sudjelovalo 147 ispitanika, od toga 17 muških i 130 ženskih, studenata prve, druge i četvrte godina Odjeka za psihologiju Filozofskoga fakulteta u Zagrebu.

Instrumentarij

Za procjenu pojma privatnoga sebe i načina predstavljanja sebe rabljena je u ovom istraživanju Lista pridjeva različite socijalne poželjnosti, kao i u studiji 1.

Postupak

Opći postupak, upute i zadatak ispitanika istovjetni su onima iz studije 1, a razlika se pojavljuje u tome što je istraživanje u ovoj studiji imalo naizgled dva dijela, za koje je rečeno da predstavljaju različite faze validacije mjernih instrumenata. U "prvom dijelu istraživanja" svaki je ispitanik dobio kuvertu u kojoj se nalazila Lista pridjeva za procjenu pojma privatnoga sebe i desetak skala procjena. Uputa za rad ispitanicima je istovjetna kao i u studiji 1. Nakon što su ispitanici završili s radom, voditelj je istraživanja ispitanicima pročitao uputu koja je glasila: "Ovim je završena prva faza istraživanja. Molimo Vas, vratite protokole u kuvertu i kuvertu zalijepite". Nakon što su ispitanici zalijepili kuvertu, voditelj istraživanja je ispitanicima podijelio nove protokole na kojima je na naslovnici bio otisnut naslov "Materijal za drugu fazu istraživanja", a u kutovima su bile dodane kućice u kojima je bilo napisano "Instrumenti, druga faza validacije" te u dnu, sitnijim slovima, napisano "Prevedeno i adaptirano uz specijalnu dozvolu izdavača, Psychological Assessment Center Inc.", što predstavlja nepostojeće nazive koji su navedeni radi povećavanja uvjerenja kako je stvarno riječ o drugom dijelu istraživanja. Na naslovnici su bila otisnuta i mjesta na koja je ispitanik trebao upisati svoje ime i prezime, godinu studija, spol, dob. Protokol se, stvarno, sastojao od Liste pridjeva za procjenu načina predstavljanja sebe i upute koju je eksperimentator pročitao, a ispitanici su napisanu uputu mogli pratiti: "Pred Vama se nalazi materijal koji nam je potreban za pripremu i ostvarenje iduće faze istraživanja koja će se provesti sljedećega tjedna. Vaš će

se zadatak sljedećeg tjedna sastojati u popunjavanju nekoliko mjernih instrumenata i sudjelovanju u skupnoj raspravi. Molimo Vas da na dolje predviđenim mjestima upišete Vaše ime i prezime, spol, dob i godinu studija. Te su informacije nužne kako bismo materijal koji je pred Vama mogli rabiti sljedećeg tjedna, kada ćete svi sudjelovati u skupnoj raspravi u kojoj ćete govoriti o pojedinim aspektima Vašega načina odgovaranja te kako biste mogli ocijeniti svoje rezultate koje ćete tada postići." Nakon što je pročitao uputu, eksperimentator je ispitanicima naglasio: "Nakon što završi cjelokupno današnje istraživanje, Vi ćete uzeti kuvertu i sami je donijeti ovamo na stol, a materijal za iduću fazu istraživanja ostavite na svojim mjestima i ja ću ga pokupiti".

Nakon što su ispitanici završili popunjavanje Liste pridjeva za procjenu načina predstavljanja sebe, voditelj istraživanja ih je zamolio da "popune još jedan kratak upitnik", kako bi se "saznalo njihovo mišljenje o provedenom istraživanju". Upitnikom se željelo saznati u kojoj su mjeri ispitanici tijekom odgovaranja na "materijal za iduću fazu", stvarno i vjerovali da postoji skupna rasprava; u kojoj su mjeri "strahovali za anonimnost svojih odgovora koje su dali ranije, a koji su se već nalazili zalijepljeni u kuverti" te jesu li pokušali dati odgovor na pitanje o svrsi i cilju provedenoga istraživanja. Nakon što su ispitanici popunili upitnik, voditelj istraživanja im je objasnio pravu svrhu i proceduru istraživanja, zahvalio im se na sudjelovanju u njemu te im naglasio i zajamčio anonimnost svih odgovora. Tjedan poslije, nakon što je završeno cjelokupno istraživanje, ispitanici su dobili i pismo zahvale u kojem im se još jednom zahvalilo na suradnji te je tako još jednom bila detaljno objašnjena cjelokupna procedura i upotrijebljeni instrumentarij u istraživanju.

Rezultati

● **TABLICA 2**
Aritmetičke sredine i standardne devijacije za procjene pojma privatnoga sebe i načina predstavljanja sebe po osobinama različite socijalne poželjnosti (N=145)

	Niska poželjnost		Prosječna poželjnost		Visoka poželjnost	
	M	Sd	M	Sd	M	Sd
Pojam privatnoga sebe	2.2	.76	4.3	.41	5.5	.61
Način predstavljanja sebe	2.0	.75	4.1	.45	5.6	.61

I u ovoj studiji nisu se posebno analizirali rezultati prema spolu ispitanika, a zbog nedostajućih i/ili nepotpunih podataka iz analize su izbačeni rezultati dva ispitanika. Dobiveni rezultati analizirani su po istoj proceduri kao i u studiji 1, a aritmetičke sredine i standardne devijacije za sve skupine procjena prikazane su u tablici 2.

Statistička značajnost navedenih prosječnih procjena testirana je također dvosmjernom analizom varijance, 2x3 nacrt unutar ispitanika, a dobiveni rezultati dvosmjerne analize su-

kladni su rezultatima u studiji 1. Ispitanici se nastoje predstaviti drugima različito od načina na koji sebe privatno vide, $F(1,144)=20.37$, $p<.001$; osobine sadržane u pridjevima različitih razina socijalne poželjnosti ispitanici procjenjuju također statistički značajno različito, $F(2,288)=1141.37$, $p<.001$, a rezultati o interakcijskom efektu samoprocjene sebe i socijalne poželjnosti pokazuju da postoji također statistički značajna interakcija, $F(2,288)=21.25$, $p<.001$, s istim smjerom kao i u prvoj studiji.

Kao što je vidljivo, rezultati unutar ove studije ne razlikuju se od rezultata prve studije u pogledu razlike koja se javlja između poimanja sebe i predstavljanja sebe te u pogledu interakcijskoga sklopa te razlike i socijalne poželjnosti osobina. Ispitanici se drugima predstavljaju socijalno poželjnije nego što sebe vide. No, da bismo utvrdili postoji li statistički značajna razlika između rezultata prve i rezultata druge studije općenito te, što je posebno važno, javlja li se razlika u stupnju socijalne poželjnosti samopredstavljanja u prvom odnosno drugom istraživanju, proveli smo trosmjernu analizu varijance, $2 \times 3 \times 2$ kombinirani nacrt unutar i između ispitanika, sa samoprocjenom sebe (pojam privatnoga sebe-način predstavljanja sebe) kao prvom nezavisnom varijablom unutar ispitanika, socijalnom poželjnošću (niska, prosječna, visoka) kao drugom nezavisnom varijablom unutar ispitanika te varijablom pripadnosti pojedinoj studiji (studija 1-studija 2), kao trećom nezavisnom varijablom, varijablom između ispitanika. Dobiveni rezultati pokazuju, da uz razinu značajnosti od 5 posto, nema niti jedne statistički značajne razlike između općenito rezultata prve i rezultata druge studije, $F(1,278)=.03$, $p>.05$. Pojavljuje se, pak, samo blaga tendencija ka statističkoj značajnosti interakcijskoga efekta samoprocjene sebe, socijalne poželjnosti i pripadnosti prvoj, odnosno drugoj studiji, $F(2,556)=2.47$, $p=.08$., koja je u najvećoj mjeri posljedica toga što ispitanici u drugoj studiji u puno manjoj mjeri "predstavljaju" drugima socijalno visokopoželjne osobine kao one osobe koje su karakteristične za njih. (Usporedba procjena samo te kategorije pokazuje da postoji statistički značajna razlika između dvije studije, $F(1,278)=2.41$, $p<.05$) Drugim riječima, gledano samo socijalno visokopoželjne osobine, samopredstavljanje ispitanika u drugoj studiji je nešto manje socijalno poželjno.

Gledano na razini usporedaba svih rezultata jedne i svih rezultata druge studije, vidljivo je da unošenje situacijske varijable javnost rada nije u znatnijoj mjeri utjecala na procjene ispitanika. Ispitanici se nastoje predstaviti drugima različito, više socijalno poželjno od onoga kako sebe privatno vide.

Kako bi što cjelovitije razmotrili i u kontekstu istraživanja samopredstavljanja u cijelosti analizirali dobivene rezultate, u kojima se u dvije studije javlja razlika između poima-

nja i samopredstavljanja sebe, potrebno je pokušati dati odgovor na sljedeće moguće pitanje: "Javlja li se ta razlika u svih ispitanika?". Drugim riječima, vrlo je važno pokušati utvrditi postoje li u našem uzorku ispitanika individualne razlike kad je riječ o razlikama i sličnosti u poimanju i predstavljanju sebe. Kako bi mogli odgovoriti na postavljeno pitanje, nužno je razmotriti i analizirati procjene svakog ispitanika posebice, po već rabljenom obrascu: testirati razlike između procjena pojma privatnoga sebe i načina predstavljanja sebe te testirati razlike u interakcijskom efektu samoprocjene sebe i socijalne poželjnosti. Nakon toga potrebno je pokušati svrstati ispitanike u skupine istovjetne po navedenim sklopovima razlika. To znači da je potrebno rezultate svakoga pojedinačnog ispitanika analizirati rabeći analizu varijance 2×3 nacrt unutar ispitanika, u kojoj samoprocjena sebe (pojam privatnoga sebe – način predstavljenja sebe) predstavlja prvu nezavisnu varijablu, a socijalna poželjnost osobina (niska, prosječna, visoka) drugu nezavisnu varijablu.

Budući da smo testiranjem statističke značajnosti razlika pokazali da nema razlika u procjenama ispitanika između prve i druge studije, u analizu ćemo uzeti rezultate svih ispitanika. Kriteriji za svrstavanje ispitanika u pojedine skupine bit će postojanje, odnosno nepostojanje glavnoga efekta samoprocjene sebe te kriterij prisutnosti, odnosno odsutnosti interakcije samoprocjene sebe i socijalne poželjnosti. Statistički kriterij za prihvatanje značajnosti glavnoga efekta i značajnosti interakcije postavljen je na razini značajnosti od 5 posto. Rezultati provedenih dvosmjernih analiza varijanca pokazuju da se od 280 ispitanika njih 273 može nedvosmisleno svrstati u jednu od četiri skupine.

Prvu skupinu od 73 ispitanika čine ispitanici u kojih rezultati dvosmjerne analize varijance pokazuju postojanje statistički značajnog glavnog efekta samoprocjene sebe i statistički značajne interakcije samoprocjene i socijalne poželjnosti, pa je smjer interakcije istovjetan u svih. Ispitanici koji čine ovu skupinu nastoje osobine niske socijalne poželjnosti predstaviti drugima u manjoj mjeri kao karakteristične za sebe od stupnja u kojem procjenjuju da su te osobine karakteristične za njih. S druge strane, osobine visoke socijalne poželjnosti nastoje predstaviti drugima kao više karakteristične za sebe nego što procjenjuju da su te osobine karakteristične za njih. Ova skupina ima istovjetan stil, ustanovljen na razini cijelih skupina u obje studije – njihovo je samopredstavljanje različito od samopoimanja i prilagodljivo je u funkciji socijalne poželjnosti. Iz tih se razloga skupinu može na neki način označiti kao skupinu "prilagodljivi u samopredstavljanju". Na slici 1 prikazani su uobičajeni rezultati ispitanika iz ove skupine.

➤ SLIKA 1
Uobičajeni način procen-
jivanja pojma pri-
vatnoga sebe i načina
predstavljanja sebe u
ovisnosti o socijalnoj
poželjnosti osobina u
skupini "prilagodljivi u
samopredstavljanju"
(N=73)

Prosječna procjena

Drugu skupinu, u koju se s obzirom na dobivene sklo-
pove svrstava najveći broj ispitanika, njih 159, čine oni u čijim
rezultatima testiranja se pokazuje da nema statistički značaj-
noga glavnog efekta samoprocjene sebe te nema statistički
značajne interakcije samoprocjene sebe i socijalne poželjno-
sti. Ispitanici koji su svrstani u ovu skupinu slično procjenjuju
pojam privatnoga sebe i način predstavljanja sebe, što znači
da se nastoje predstaviti drugima na isti način na koji se vide
i da su u svojim samopredstavljanjima dosljedni. Zbog toga
ovu skupinu možemo označiti kao "dosljedni u samopred-
stavljanju". Na slici 2 su prikazani uobičajeni rezultati ispita-
nika iz skupine "dosljedni u samopredstavljanju".

➤ SLIKA 2
Uobičajeni način
procenjivanja pojma
privatnoga sebe i
načina predstavljanja
sebe u ovisnosti o
socijalnoj poželjnosti
osobina u skupini
"dosljedni u
samopredstavljanju"
(N=159)

Prosječna procjena

Za treću skupinu ispitanika, kojih ima 27 i pripadaju ovoj
skupini, rezultati dvosmjerne analize varijance pokazuju jed-
no postojanje i jedno nepostojanje statistički značajnoga glav-
nog efekta. U ovih ispitanika postoji statistički značajna razli-
ka između poimanja i samopredstavljanja sebe, ali nema sta-
tistički značajne interakcije samoprocjene sebe i socijalne po-
željnosti. Ispitanici iz te skupine nastoje se drugima predsta-
viti drukčije od načina kako sebe vide, ali njihovo samopred-
stavljanje ne ovisi i ne varira u funkciji socijalne poželjnosti,
kao u skupini "prilagodljivi u samopredstavljanju", pa oni u

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 10 (2001),
BR. 3 (53),
STR. 365-381

BURUŠIĆ, J.:
DOSLJEDNOST...

➡ SLIKA 3
Uobičajeni način
procjenjivanja pojma
privatnoga sebe i
načina predstavljanja
sebe u ovisnosti o
socijalnoj poželjnosti
osobina u skupini
"neprilagodljivi u
samopredstavljanju"
(N=27)

iskazanom načinu samopredstavljanja sebe pokazuju svojevrsnu krutost i tu se skupinu ispitanika, ima li se u vidu rezultate skupine "prilagodljivi", može nazvati "neprilagodljivi u samopredstavljanju". Na slici 3 prikazani su uobičajeni rezultati ispitanika iz skupine "neprilagodljivi u samopredstavljanju".

Prosječna procjena

Četvrta skupina ispitanika – ukupno njih 14 – je, s obzirom na postojanje glavnih efekata, istovjetna prvoj skupini. Postoji i statistički značajan glavni efekt samoprocjene sebe i statistički značajna interakcija, ali se od prve skupine razlikuje s obzirom na smjer interakcije. Njihovo je samopredstavljanje različito od samopoimanja i, kao kod skupine "prilagodljivi", ovisno je o socijalnoj poželjnosti, ali s drugim smjerom. Nastoje se drugima samopredstavljati socijalno manje poželjno nego što se stvarno vide. U osnovi, ti se ispitanici drugima nastoje, na neki način, samopredstavljati negativnije nego što sebe vide, pa se ovu skupinu može nazvati "negativni u samopredstavljanju". Na slici 4 su prikazani uobičajeni rezultati ispitanika iz skupine "negativni u samopredstavljanju".

➡ SLIKA 4
Način procjenjivanja
pojma privatnoga
sebe i načina pred-
stavljanja sebe u
ovisnosti o socijalnoj
poželjnosti osobina u
skupini "negativni u
samopredstavljanju"
(N=14)

Prosječna procjena

Od svih 280 ispitanika samo njih sedam ne može se svrstati ni u jednu od četiri navedene skupine. U svih tih ispitanika javlja se i statistički značajan glavni efekt samoprocje-

ne sebe i statistički značajna interakcija samoprocjene sebe i socijalne poželjnosti, no smjer interakcije ne odgovara ni prvoj ni četvrtoj skupini. Tri ispitanika nastoje predstaviti i niskopoželjne i visokopoželjne osobine kao za sebe manje karakteristične od stupnja u kojem procjenjuju da su te osobine karakteristične za njih. S druge strane, četiri ispitanika nastoje predstaviti i niskopoželjne i visokopoželjne osobine kao u većoj mjeri karakteristične za sebe nego što procjenjuju da su te osobine stvarno karakteristične za njih. Zbog malenog broja ispitanika koji čine ove skupine, rezultati tih sedam ispitanika u daljnjim obradama nisu uzeti u obzir.

Provjeru postoji li možda veća učestalost i zastupljenost ispitanika iz prve, odnosno druge studije u nekom od pojedinih stilova učinili smo pomoću hi-kvadrat testa. Rezultati pokazuju da nema statistički značajne razlike u učestalosti i zastupljenosti ispitanika ($hi^2(3)=2.81$, $p>.05$).

Budući da su ispitanici svrstani u pojedine skupine-stilove na osnovi sklopova razlika u vlastitim individualnim rezultatima, potrebno je za svaki od četiri stila izračunati prosječne rezultate – procjene na razini stila – posebno za pojam privatnoga sebe, a posebno za način predstavljanja sebe. Time je moguće vidjeti postoje li razlike između četiri stila u prosječnom poimanju sebe te razlike u prosječnom načinu predstavljanja sebe. Budući da imamo tri razine socijalne poželjnosti osobina i dva aspekta (poimanje i samopredstavljanje sebe), statistička značajnost razlika između četiri stila u tih šest različitih kategorija testirana je sa šest jednosmjernih analiza varijanca.

Dobiveni rezultati pokazuju da se ta četiri stila statistički značajno razlikuju pri procjeni pojma privatnoga sebe – visoka socijalna poželjnost, $F(3,269)=2.81$, $p<.05$, načinu predstavljanja sebe – niska socijalna poželjnost, $F(3,269)=12.29$, $p<.01$, načinu predstavljanja sebe – prosječna socijalna poželjnost, $F(3,269)=3.88$, $p<.01$, načinu predstavljanja sebe – visoka socijalna poželjnost, $F(3,269)=9.74$, $p<.01$. Za procjene pojma privatnoga sebe – niska socijalna poželjnost, $F(3,269)=1.83$, $p=.14$, i pojma privatnoga sebe – prosječna socijalna poželjnost, $F(3,269)=.23$, $p=.88$, nije dobivena statistički značajna razlika uz razinu značajnosti od 5 posto.

Iz dobivenih rezultata vidi se da se između ova četiri stila samopredstavljanja u prvom redu pronalaze razlike u procjeni uobičajenoga načina samopredstavljanja, a gotovo nema razlika u procjenama poimanja sebe. Time dobiveni rezultati nisu jednoznačno potvrdili rezultate Olsona i Johnsona (1991.) koji su smatrali da ispitanici, koji su s obzirom na svoj stil samopredstavljanja dosljedni, procjenjuju pojam privatnoga sebe puno pozitivnije i poželjnije od ispitanika koji u samopredstavljanjima ne udovoljavaju zahtjevu dosljednosti.

RASPRAVA

Rezultati dobiveni ovim istraživanjima, na prvi se pogled čini, u znatnoj mjeri smanjuju mogućnost davanja jednoznalnoga odgovora na naizgled prilično jednostavno polazišno pitanje koje je eminentni istraživač samopredstavljanja Roy Baumeister (1986.) postavio, a glasilo je: "Kako je pojam javnoga sebe povezan s pojmom privatnoga sebe?".

Gledamo li dobivene rezultate samo parcijalno, vidimo da bi prilično netočan bio odgovor koji bi glasio da se ljudi nastoje predstaviti na onaj način na koji sebe vide – držimo li u vidu statističku značajnost razlike procjena, dokazanu u obje studije, koja upućuje k sasvim drugom zaključku. S druge strane, uvažimo li rezultate o mogućnosti utvrđivanja pojedinih stilova u samopredstavljanju, vidimo da u cijelosti nije točno ni mišljenje kako se ljudi nastoje u potpunosti predstavljati različito od pojma privatnoga sebe.

Stoga se čini najmanje pogrešnim reći da dobiveni rezultati ukazuju na tendenciju ljudi da predstavljaju sebe na način koji osigurava postizanje socijalnih probitaka i zadobivanje pozitivnih dojmova, pri čemu u svojim samopredstavljanjima na neki način nastoje balansirati između vjerodostojnosti (dosljednosti s pojmom sebe) i probitačnosti vezane uz izrazitije (socijalno) poželjno samopredstavljanje.

Takav je stav, u osnovi, na nešto drukčiji način formulirano mišljenje Wearya i Arkina (1981.) koji smatraju da samopredstavljanja ljudi mogu biti u početku doživljena i pokazana kao izigravajuća, lažna i makijavelistička predstavljanja sebe, no cjelovitija će analiza u pravilu pokazati da samopredstavljanja ljudi nisu nužno lažna i izigravajuća te su kontroliranje izgleda koji se predstavlja drugima, a i sam taj izgled, najčešće sukladni pojmu o sebi. I neki drugi autori (Tedeschi, 1981.; Leary i Kowalska, 1980.; Baumeister i Jones, 1978.) slično misle, jer smatraju da se ljudi nastoje predstaviti drugima što je poželjnije moguće, a najčešće se samopredstavljaju drugima dosljedno pojmu privatnoga sebe, ali ne bilo kako – već tako što u većoj mjeri naglašavaju pojedine aspekte pojma privatnoga sebe za koje vjeruju i očekuju da će osigurati stvaranje pozitivnih i poželjnih dojmova o sebi.

Kao što su rezultati ovih istraživanja potvrdili, na razini skupine dobivaju se podaci koji govore o razlikama u procjenjivanju pojma privatnoga sebe i načina predstavljanja sebe, no, s druge strane, vidljivo je također da je u istraživanju moguće dobiti i rezultate koji ukazuju na pojedine pristupe u samopredstavljanju, a među ispitanicima postoje razlike u stupnju u kojem prilagođavaju svoja samopredstavljanja pojmu privatnoga sebe. Većina dobivenih razlika može se svesti pod četiri stila samopredstavljanja, a kako se u ovom istraživanju, utvrđivanjem individualnih razlika u pristupu samopredstav-

ljanju, više od 50 posto ispitanika pokazalo dosljednim u samopredstavljanju, u osnovi se u najvećoj mjeri potkrepljuje mišljenje autora koji smatraju da je samopredstavljanje najčešće dosljedno pojmu o sebi.

Znatno važni za istraživanja samopredstavljanja jesu rezultati ovoga istraživanja koji pokazuju da "dosljedni u samopredstavljanju" ne procjenjuju pojam privatnoga sebe poželjnije i pozitivnije od drugih stilova samopredstavljanja, kao što su upućivali rezultati istraživanja Olsona i Johnsona (1991.), Baumeistera i Jonesa (1978.), na osnovi čega su izvodili zaključak da se ti ispitanici nemaju potrebe drukčije ("poželjnije") predstavljati drugima. Dobiveni rezultati pokazuju da se između stilova samopredstavljanja statistički značajno razlikovanje javlja u prvom redu u procjenjivanju načina predstavljanja sebe, a u manjoj mjeri u procjenjivanju poimanja sebe.

Kako bi se dobio cjelovitiji odgovor o naravi utvrđenih stilova samopredstavljanja, čini se važnim u budućim istraživanjima provjeriti bi li se ispitanici, u stvarnim socijalnim situacijama, ponašali sukladno iskazanom načinu samopredstavljanja te bi li neki način samopredstavljanja, posebice onaj koji je različit od pojma o sebi neke osobe, možda u kasnijim procjenama pojma privatnoga sebe koje bi uslijedile, bio usvojen kao "autentični" dio poimanja sebe. Tim je više to važno provjeriti što rezultati nekih provedenih istraživanja samopoimanja (Tice, 1992.) pokazuju da samoopisi sebe, koji su ispočetka viđeni kao neiskreni i suviše poželjni, kasnije bivaju od ispitanika ocijenjeni kao stvarna i iskrena "ekspresija sebe", pa čak u novim prigodama dijelom upravljaju ponašanjem ljudi.

Time se, konačno, može doći do zaključka da je linija između autentičnosti i dosljednosti samopredstavljanja sebe pojmu privatnoga sebe na jednoj strani, i različitosti na drugoj, po svemu sudeći moguće odvojiva, posebice u istraživanjima. No vjerojatno je i vrlo teško ostvariva u stvarnom socijalnom životu.

BILJEŠKE

¹ Cilj je predistraživanja bio doći do procjene stupnja socijalne poželjnosti većega broja pridjeva te, na osnovi dobivenih rezultata, odabrati 45 pridjeva koji će ući u Listu pridjeva. Početni je skup predstavljalo 300 pridjeva koje navode Gough i Heilbrun (1983.) u svojoj Listi označavanja pridjeva (ACL) koja je često rabljen instrument za mjerenje različitih aspekata ličnosti i pojma o sebi, kao i za procjenu načina opažanja drugih pojedinaca i skupina (Leary i sur., 1997.). Pridjevi koje navode Gough i Heilbrun (1983.) skupljeni su i odabrani na osnovi Cattellovih faktorskih studija te iz drugih izvora, tijekom dugoga niza godina, a posebice su primjenjivi i korisni u kontekstu istraživanja samopredstavljanja jer sadrže vrlo velik broj atributa koje ljudi najčešće rabe u opisivanju sebe i drugih. Osim toga,

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 10 (2001),
BR. 3 (53),
STR. 365-381

BURUŠIĆ, J.:
DOSLJEDNOST...

priručnik o upotrebi Liste označavanja pridjeva pruža velik broj informacija koje su skupljene tijekom 40-godišnjeg istraživanja i primjena Liste, kao što su informacije o socijalnoj poželjnosti pridjeva, učestalosti pojavljivanja pridjeva u jeziku i sl. U prvom dijelu predistraživanja sudjelovalo je 49 ispitanika, studenata svih godina studija psihologije u Zadru, koji su procjenjivali socijalnu poželjnost 300 pridjeva, uzetih i prevedenih iz Liste označavanja pridjeva (Gough i Heilbrun, 1983.). Na osnovi dobivenih prosječnih procjena socijalne poželjnosti i mjera raspršenja procjena odabrano je 69 pridjeva koji imaju najmanja raspršenja procjena, a na kontinuumu socijalne poželjnosti imaju različit položaj: trećina spada u pridjeve niske, trećina u pridjeve prosječne i trećina u pridjeve visoke socijalne poželjnosti. Druga faza predistraživanja sastojala se od kategorizacije odabranih 69 pridjeva u tri skupine: pridjeve niske, prosječne i visoke socijalne poželjnosti. U ovom je dijelu sudjelovalo 10 sudaca, diplomiranih psihologa, koji nisu bili upoznati s ranijim prosječnim procjenama socijalne poželjnosti pojedinih pridjeva dobivenim u prvom dijelu. Na osnovi njihovih kategorizacija, u konačnici je odabrano 45 pridjeva koji su od svih sudaca bili svrstani na isti način u jednu od tri skupine, a koji su i na osnovi procjena ispitanika pripadali toj skupini. U svakoj je skupini bilo po 15 pridjeva.

LITERATURA

- Baumeister, R. F. (1982.). A self-presentational view of social phenomena, *Psychological Bulletin*, 91, 3-26.
- Baumeister, R. F. (1986.) (ur.). *Public Self and Private Self*, New York: Springer Verlag.
- Baumeister, R. F., Jones, E. E. (1978.). When self-presentation is constrained by the target's knowledge: consistency and compensation, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 36 (6), 608-618.
- Buss, A. H., Briggs, S. R. (1984.). Drama and the self in social interaction, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 47 (6), 1310-1324.
- Gough, H. G., Heilbrun, A. B. (1983.). *The Adjective Check List Manual*, Palo Alto: Consulting Psychologists Press.
- Jones, E. E., Pittman, T. S. (1982.). Toward a general theory of strategic self-presentation, u: Suls, J. (ur.), *Psychological perspectives on the self*, vol. 1, Hillsdale: Erlbaum.
- Jones, S. C. (1973.). Self and interpersonal evaluations: esteem theories versus consistency theories, *Psychological Bulletin*, vol. 79 (3), 185-199.
- Leary, M. R., Kowalski, R. M. (1990.). Impression management: A literature review and two-component model, *Psychological Bulletin*, 107, 1, 34-47.
- Leary, M. R., Martin, K., Kowalski, R. M., Hechenbleikner, N. (1997.). *Self-presentation style*, neobjavljen rad.
- Olson, K. R., Johnson, D. C., (1991.). Individual differences in self-presentation styles, *The Journal of Social Psychology*, vol. 131 (4), 495-509.
- Schlenker, B. R. (1975.). Self-presentation: Managing the impression of consistency when reality interferes with self-enhancement, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 32 (6) 1030-1037.

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 10 (2001),
BR. 3 (53),
STR. 365-381

BURUŠIĆ, J.:
DOSLJEDNOST...

Schlenker, B. R. (1980.). *Impression management: The self-concept, social identity and interpersonal relations*, Monterey: Brooks/Cole.

Schlenker, B. R., Leary, M. R. (1982.). Audiences' reactions to self-enhancing, self-denigrating, and accurate self-presentation, *Journal of Experimental Social Psychology*, 18, 89-104.

Schlenker, B. R., Weigold, M. F. (1990.). Self-consciousness and self-presentation: Being autonomous versus appearing autonomous, *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 59 (4) 820-828.

Schlenker, B. R., Weigold, M. R. (1992.). Interpersonal processes involving impression regulation and management, *Annual Review of Psychology*, 43, 133-168.

Tedeschi, J. (ur.) (1981.). *Impression management theory and social psychological research*, New York: Academic.

Tetlock, P. E., Manstead, A. S. R. (1985.). Impression management versus intrapsychic explanations in social psychology: A useful dichotomy? *Psychological Review*, vol. 92 (1), 59-77.

Tice, D. M. (1992.). Self-concept change and self-presentation: the looking glass self is also a magnifying glass, *Journal of Personality and Social Psychology*, 63 (3), 435-451.

Weary, G., Arkin, R. M. (1981.). Attributional self-presentation, u: Harvey, J. H. (ur.), *New Directions in Attribution Research*, vol. 3., Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Consistency of Self-Presentation with the Notion of Private Self

Josip BURUŠIĆ

Institute of Social Sciences Ivo Pilar, Zagreb

In this paper consisting of two studies the author attempts to establish to which extent the self-presentation of people is consistent with the private notion they have of themselves, since some of the previous research on self-presentation does not provide unambiguous answers to this question. In the first study, 139 examinees assess the notion of private self and mode of self-presentation using a larger number of adjectives of different social desirability in completely anonymous conditions. In the second study 145 examinees assess the notion of private self in anonymous circumstances, whereas the mode of self-presentation is assessed by signing a protocol and receiving instruction that introduces group discussion on these assessments. The aim of the latter is to determine whether the introduction of the variable of publicity, operationalised through demands for signatures and hints of group discussion, can influence the assessment of modes of self-presentation. The results obtained indicate that a statistically significant difference in assessments has appeared and that the attribution of specific traits as more characteristic of the notion of self and others as more characteristic of the mode of self-presentation depends on the social desirability of these traits. The results show that statistically significant differences do not occur between

DRUŠ. ISTRAŽ. ZAGREB
GOD. 10 (2001),
BR. 3 (53),
STR. 365-381

BURUŠIĆ, J.:
DOSLIJEDNOST...

results in the first and second studies, and that the announced existence of group discussion has resulted merely in a decreased attribution of highly desirable traits as more characteristic for the mode of self-presentation. The findings of the researches conducted indicate that it is possible to determine specific approaches in the assessment of the notion of private self and modes of self-presentation and that it is possible to determine four styles of self-presentation, which are to the greatest extent mutually discriminate in the mode of self-presentation, and to a lesser degree in the assessments of the notions they have of themselves.

Die Konsequenz der Selbstdarstellung bezüglich des privaten Selbst

Josip BURUŠIĆ
Ivo-Pilar-Institut für Gesellschaftswissenschaften, Zagreb

Der vorliegende Aufsatz referiert über zwei Studien, anhand deren ermittelt werden soll, in welchem Maße die Selbstdarstellung nach außen übereinstimmt mit der privaten Vorstellung, die Menschen von sich selbst haben. Bisherige Untersuchungen zum Thema Selbstdarstellung bieten nämlich keine eindeutigen Antworten zu diesem Thema. An der ersten Untersuchung nahmen 139 Personen teil, die sich anonym und anhand einer Palette von Attributen unterschiedlichen sozialen Erwünschtheitsgrads zum Begriff ihres privaten Selbst sowie im Sinne einer Selbstdarstellung äußern sollten. In einer weiteren Untersuchung wurden 145 Personen aufgefordert, den Begriff des privaten Selbst anonym zu bewerten, während die Selbstdarstellung durch Unterzeichnung des Fragebogens publik gemacht werden sollte; außerdem wurde angekündigt, die aus der Selbstdarstellung ermittelten Resultate innerhalb einer Gruppe zur Diskussion freizugeben. Die zweite Umfrage sollte zeigen, ob die Variable des Öffentlichen – operationalisiert durch die Aufforderung zur Unterzeichnung und die angekündigte Diskussionsrunde – die Weise der Selbstdarstellung beeinflussen würde. Die Studien ergaben statistisch relevante Unterschiede zwischen den verschiedenen Einschätzungen; Eigenschaften, die als charakteristisch für den Selbstbegriff, sowie solche, die als charakteristisch für die Selbstdarstellung angeführt werden, hängen jeweils vom sozialen Erwünschtheitsgrad der betreffenden Eigenschaft ab. Die Ergebnisse bezüglich der Selbstdarstellung wichen in den zwei Untersuchungen nicht wesentlich voneinander ab; die angekündigte Diskussionsrunde resultierte lediglich darin, dass weniger Eigenschaften genannt wurden, die an sich sehr erstrebenswert sind und als charakteristisch für die eigene Person angeführt werden. Es stellte sich also heraus, dass bei der Einschätzung des privaten Selbst sowie bei der Selbstdarstellung nach außen zwischen mehreren Ansätzen unterschieden werden kann. Bei der Selbstbewertung lassen sich vier Stilrichtungen erkennen, die sich zumeist darin unterscheiden, auf welche Art und Weise man sich präsentiert, nicht so sehr jedoch in der Einschätzung des eigenen Selbst.